

**Златко Јаковлев
Владимир Китанов**

ТУРИСТИЧКИ ВРЕДНОСТИ НА ОХРИД



Д-р Златко Јаковлев
М-р Владимир Китанов

ТУРИСТИЧКИ ВРЕДНОСТИ НА ОХРИД

Штип, 2013

Рецензенти:

Проф. д-р Марија Ацковска

Проф. д-р Неда Петроска Ангеловска

д-р Кристијан Џамбазоски

Лектор:

Проф. д-р Блажо Китанов

Снежана Размоска, дипл. фил.

Компјутерска обработка: д-р Златко Јаковлев

Печати: „2-ри Август“ Штип

CIP - Каталогизација во публикација

Национална и универзитетска библиотека "Св. Климент Охридски", Скопје

338.483.1(497.771)

ЈАКОВЛЕВ, Златко

Туристички вредности на Охрид / Златко Јаковлев, Владимир Китанов.

- Штип : 2-ри Август, 2013. - 26 стр. : илустр. ; 26 см

Фусноти кон текстот. - Библиографија: стр. 26

ISBN 978-608-4662-09-9

1. Китанов, Владимир [автор]

а) Туристичка понуда - Охрид

COBISS.MK-ID 93139466

Copyright © 2013

д-р Златко Јаковлев

Сите права ги задржува авторот. Не е дозволено репродуцирање, копирање, фотокопирање, електронско копирање или било која друга форма на преземање на ниту еден дел од оваа книга, според Законот за заштита на авторските права, без писмена согласност од авторот.

СОДРЖИНА:

Вовед	5
1. Охрид како значаен туристички центар во Република Македонија	6
2. Природни и антропогени туристички Вредности на Охрид	8
2.1. Природни туристички вредности на Охрид	9
2.1.1. Геоморфолошки туристички вредности на Охрид	9
2.1.2. Климатски туристички вредности на Охрид	10
2.1.3. Хидрографски туристички вредности на Охрид	12
2.1.4. Биогеографски туристички вредности на Охрид	15
2.1.5. Пејзажни туристички вредности на Охрид	17
2.2. Антропогени туристички вредности на Охрид	18
2.2.1. Етносоцијални туристички вредности на Охрид	18
2.2.2. Културно – историски туристички вредности на Охрид	20
2.2.3. Манифестациони туристички вредности на Охрид	22
2.2.4. Амбиентални туристички вредности на Охрид	23
Заклучок	25
Литература	26

ВОВЕД

Туризмот претставува комплексна општествена појава која бара сестрано научно истражување. Најприфатлива дефиниција на туризмот гласи: „Туризмот е збир на односи и појави врзани за движење и потрошувачка вон местото на живеење, а со цел да се задоволат рекреативните и културните потреби“.¹ Туризмот како општествено – економска појава навлегува во сите пори на стопанскиот, политичкиот, спортскиот и културниот живот. Овој феномен претставува хетерогена појава, поимчива доста апстрактна и во исто време и конкретна.

Не е стопанска гранка, а вклучува повеќе стопански дејности (угостителство, сообраќај, трговија, занаетчиство и др.). Не е медицинска гранка, но вклучува доста активности од медицината (здравствен туризам). Иако не е културна гранка опфаќа многу полиња на културна дејност (културно – историско наследство, културни манифестации, музика, фолклор и др.). Опфаќа многу спортски активности, иако не е гранка на спортот (спортска рекреација, спортски манифестации и слично). Не е политички феномен, но е во повеќе кратна меѓузависност со политичката клима во земјата. Не се смета за природна појава, но е во повеќекратна меѓузависност со природните појави (клима, хидрографија, фауна, флора, земјотреси итн.). Вака би можело да се набројуваат уште многу споредувања за туризмот во разни области на животот на земјата, а во скоро иднина и вон оваа планета (посета на месечината и евентуално на други планети). Од оваа нагласена хетерогеност произлегува дека туризмот е интердисциплинарна појава во територијата и практиката треба да се набљудува, изучува и насочува.

¹ Јовичиќ, Ж., (1976), Основи туризма, Научна књига Београд, 5.

ЗАКЛУЧОК

На крај од оваа едиција ќе се обидеме да дадеме едно резиме на сето тоа што беше опфатено во неа.

Темата која се обидовме да ја обработиме беше: „Туристичките вредности на Охрид“.

Во почетокот односно во воведот се задржавме на туризмот како една општествено-економска појава која бара сестрано научно истражување. Понатаму дадовме некој основни податоци за градот Охрид како значаен туристички центар во Македонија.

За потоа да се преминена конкретно на зададената тема давајќи една општа поделба на природните и антропогените вредности како и кратки дефиниции што се тие.

Потоа постепено беа објаснети посебните видови на природно туристички вредности на Охрид, како геоморфолошки, хидрографски, биографски и пејсажни. И на крај дадовме посебно објаснување за сите антропогени туристички вредности како етносоцијални, културно – историски, манифестациони и амбиентални.

Се консултиравме со различна литература од повеќе автори со цел што подобро да се обработи дадената тема.

ЛИТЕРАТУРА

1. Група автори, (1985), Охрид, книга 1, Скопје;
2. Јовичиќ, Ж., (1976), Основи туризма, Научна књига Београд;
3. Мариноски, Н., (1992), Туристичка географија, Скопје
4. Научен симпозиум, (1996), Културата и туристичката понуда, Охрид;
5. Проспекти за Охрид;
6. Станковиќ, С., (1957), Охридско Езеро и неговиот жив свет, Скопје;
7. Туристички водич на Македонија;
8. Цвијиќ, Ј., (1911), Основе за географију и геологију Македоније и Старе Србије књ.3, Београд;
9. Чипан, Б., (1982), Стара градска архитектура во Охрид, Македонска книга Скопје.